

1.

La protection des Indications Géographiques (IG)

Historique des concepts et
Enjeux juridiques pour les IG du Vietnam

Espace, Ha noi, 23 mai 2012

Dr Delphine Marie-Vivien
Chercheur en droit, Cirad, UMR Innovation
delphine.marie-vivien@cirad.fr

Plan

1. Introduction
2. Les définitions
3. Un cahier des charges: ex Phu Quoc
4. La gouvernance des IG
5. La protection contre les usurpations: ex Buon Ma Thuot

1. Introduction

Concept

- Dès l'Antiquité, des produits agricoles et non agricoles — vins, marbre, bronze, soie, encens — acquièrent leur réputation en raison de la région d'où ils provenaient
- Ces produits sont alors désignés par le nom du lieu géographique
- Nom qui devient une indication géographique, protégée par le droit

Indication géographique (IG)

(art 22, ADPIC, OMC, 2005)

Indication qui sert à identifier un produit originaire d'un territoire, d'une région dans les cas où une

qualité,

réputation

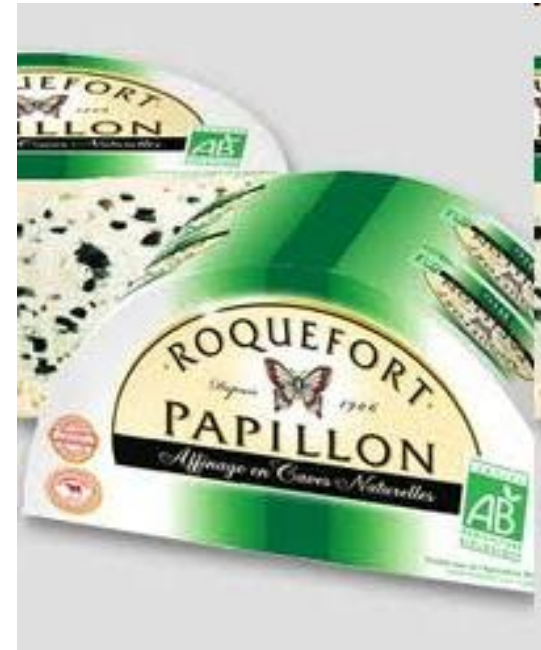
ou autre caractéristique déterminée

du produit peut être attribuée essentiellement à
cette origine géographique

En France CHAMPAGNE



En France ROQUEFORT



En France, IGP Jambon de Bayonne



En Italie: Parmigiano Reggiano (Parmesan)



En Colombie: Café de Colombia



En Inde: thé Darjeeling



En Inde: Châle Pashmina du Cachemire



Au Vietnam: café de Buon Ma Thuot



Au Vietnam: Nuoc Mam de Phú Quốc



Au Vietnam: Chapeau cône de Hué



Au Vietnam: Banane Ngu de Đại Hàng



Histoire des cadre juridiques

De l'Ancien droit

- France et Europe du Sud berceau de la protection des appellations d'origine
- 1351: règle du roi Jean « Il est ordonné que nul marchand de vin en gros ne pourra faire mêler deux vins ensemble, sous peine de perdre le vin et de l'amende »
- XV^e siècle : Fromage de Roquefort fait l'objet d'une Charte royale accordée par Charles VI aux habitants de Roquefort pour le monopole de l'affinage et protection du lieu où se trouvent les caves

Vers le droit moderne

- 1905, France: protection des appellations d'origine
- 1958, Arrangement de Lisbonne pour l'enregistrement international des appellations d'origine (Organisation mondiale de la propriété intellectuelle), 27 pays signataires
- 1992, Europe : protection des appellations d'origine et des indications géographiques
- 1995, OMC : Accord sur les aspects de droit de propriété intellectuelle touchant au commerce (ADPIC)
 - Protection des indications géographiques dans les 155 membres de l'OMC

Un droit qui protège le lien à
l'origine

Lien entre produit réputé et son origine géographique par...

- Le milieu naturel : les facteurs naturels
 - Ressources biologiques/génétiques: cultivées puis éventuellement transformées
 - Climat, l'eau des rivières, bois fumage influencent pendant la transformation
- Des savoir-faire anciens collectifs
 - De mise en valeur du vivant
 - Mais aussi pris seuls sans facteurs naturels

Que ce soit pour des produits agricoles, agroalimentaires ou de l'artisanat

Protéger le lien à l'origine pour plusieurs objectifs

- Protéger les consommateurs contre les fraudes
 - Signaler la qualité
- Conférer un droit d'usage exclusif du nom à tous les producteurs répondant aux critères du cahier des charges
 - Lutter contre les usurpations
 - Protéger la valeur associée au produit

Protéger le lien à l'origine pour plusieurs objectifs (2)

- Contribuer au développement rural/territorial
 - Maintenir les populations
 - Valoriser grâce à l'écotourisme
- Préserver la biodiversité, les ressources naturelles et les savoirs traditionnels associés

Droit spécifique pour protéger lien à l'origine géographique

- Droit sui generis: spécialement conçu pour protéger les **dénominations** désignant des produits liés à leur origine géographique
 - Protection du nom et pas du produit
- Il faut démontrer l'existence d'un tel lien
 - Existence d'un cahier des charges
 - Généralement niveau de protection supérieur aux autres signes distinctifs (marques)
 - Usage pour tous les producteurs qui sont respectent règles: pas d'exclusion

Système long à construire

- France/Europe: lente construction du système après plusieurs tentatives
 - mêmes procédures pour les demandes d'IG européennes et les demandes d'IG étrangères protégées dans leur pays d'origine (Phu Quoc)
- Vietnam
 - Construction en plusieurs étapes: coopération française puis OMC

2. Les définitions de l'indication géographique

Europe/France

- Rglt 510/2006 : IG européennes et étrangères
- Deux signes, que pour les produits agricoles et alimentaires
 - Appellation d'origine protégée (AOP)
: **lien fort**
 - Indication Géographique Protégée (IGP): **lien moins fort**



Europe: Définition AOP/IGP

Appellation d'origine protégée

- la qualité ou les caractéristiques sont dues essentiellement ou exclusivement au **milieu géographique** comprenant les **facteurs naturels et humains**,
- la **production, la transformation et l'élaboration** ont lieu dans l'**aire géographique délimitée**.

Indication Géographique Protégée

- une **qualité déterminée**, la **réputation** ou une **autre caractéristique** peut être attribuée à cette origine,
- la production **et/ou** la transformation **et/ou** l'élaboration ont lieu dans une **aire géographique déterminée**.

Europe: chiffres clés IG (2011)

- AOP: 525
- IGP: 491
- IG de Vins et spiritueux: 1921
- De pays étrangers:
IGP « Darjeeling tea » and « Kangra tea » from India

<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

Vietnam : définition IG

(IP Law 50/2005, articles 79/81/82)

Le produit a

- Une réputation ou une qualité ou des caractéristiques
- Essentiellement attribuable aux conditions géographiques de l'aire, de la localité
 - Inclut les **facteurs naturels**: climat, hydrographie, géologie, sol système écologique et autres conditions naturelles
 - **et les facteurs humains**: pratiques, savoirs et méthode de production traditionnelle dans la localité

3. Un cahier des charges

Cahier des charges

- le nom du produit comprenant l'AOP ou l'IGP
- la description du produit : caractéristiques physiques, chimiques, microbiologiques ou organoleptiques;
- la délimitation de l'aire géographique
- la traçabilité
- la description de la méthode d'obtention du produit
- les éléments justifiant le lien entre la qualité ou les caractéristiques ou la réputation du produit et l'origine géographique
- organismes contrôle du respect du cahier des charges
- règle spécifique d'étiquetage

Europe: lien à l'origine

- ❑ Le lien à l'origine est exprimé par
 - ❑ la combinaison des facteurs humains et naturels pour les AOP (toutes les étapes dans l'aire géographique)
 - ❑ facteurs humains et/ou naturels pour les IGP
- ❑ Importance de l'**histoire** et des savoir-faire anciens et collectifs pour examiner le lien à l'origine, pas nécessaire de démontrer un lien causal scientifique

Vietnam: lien à l'origine

(IP Law 50/2005, articles 79)

Une reputation

- Déterminée sur la base de confiance des consommateurs et la connaissance des consommateurs du produit

Une qualité ou des caractéristiques

- Définies par une ou plusieurs normes qualitative, quantitative ou physique, chimique, microbiologique qui peuvent être mesurées par des moyens techniques ou par des experts utilisant des méthodes appropriées

Exemple de l'AOP

Nuoc Mam de Phu Quoc

AOP Phu Quoc (Nuoc Mam)

--	--	--

Nom: Phú Quốc

Countries of Origin: VN

Type de demande: AOP

Dossier Number: VN/PDO/0005/0788

Type de produit: Classe 1.7. Poissons, mollusques, crustacés frais et produits dérivés

Statut: Publiée

Date d'introduction: 26.08.2009

Date of Publication: 04.01.2012

Lien avec l'aire géographique

Spécificité de l'aire géographique

— Conditions climatiques

La température est élevée et stable tout au long de l'année et affiche une moyenne d'environ 27,5 ° C...Il y a environ 1 445 heures d'ensoleillement par an, avec près de 6 à 7 heures d'ensoleillement par jour. De plus, il existe un lien étroit entre la température de la région et la mousson, c'est-à-dire la saison des pluies, caractérisée par de faibles températures et des vents forts (entre 3 et 5,1 m/s), et la saison sèche marquée par des températures élevées et des vents modérés (entre 2,8 et 4 m/s).

Ces caractéristiques spéciales du climat de la région ont un effet déterminant sur la qualité de la sauce de poisson «Phú Quốc» puisque les heures d'ensoleillement sont très nombreuses et stables, ce qui crée des conditions favorables pour la fermentation de la chair de poisson frais et donne les caractéristiques spéciales pour l'élaboration de la sauce de poisson.

Lien avec l'aire géographique

Spécificité de l'aire géographique

— État de la mer

L'île est entourée par la mer dans la baie de Rach Gia et Ha Tien (golfe de Thaïlande) qui est le confluent de nombreuses rivières qui transitent par le delta du Mékong et le Tonlé Sap du Royaume du Cambodge et transportent des alluvions et des composés organiques, la boue de l'eau de mer dans cette aire géographique étant un habitat idéal pour le chinchard et l'anchois, ce qui donne à ces poissons une meilleure qualité (plus gros et plus gras) que ceux que l'on peut trouver dans d'autres pêcheries.

Lien avec l'aire géographique

Spécificité de l'aire géographique

— Facteurs humains

Chaque étape nécessaire à l'élaboration du produit fini est réalisée **manuellement**, de la capture à la fermentation. Pour élaborer leur sauce traditionnelle, les habitants de l'île font fermenter les anchois pendant une année environ dans d'énormes tonneaux en bois stockés dans des entrepôts dans l'obscurité, une technique qui, dit-on, produit un liquide riche et doré à la saveur âcre et aux nuances bien supérieures à celles des sauces concurrentes produites dans d'autres régions asiatiques, où les durées de fermentation sont généralement plus courtes.

Lien avec l'aire géographique

Spécificité du produit

La sauce de poisson «Phú Quốc» a des caractéristiques particulières qui la distinguent des autres sauces de poisson du Viêt Nam comme les sauces de poisson de Phan Thiết et de Cát Hải ou d'autres sauces de poisson du Viêt Nam

une couleur rouge-brunâtre foncé, une odeur spéciale et délicate, sans note de poisson et d'ammoniaque, un goût salé, assorti d'une saveur fortement sucrée et naturellement grasse et d'un arrière-goût sucré et gras en raison des protéines naturelles et de la graisse de poisson.

4. La gouvernance des IG

Rôle de l'Etat et des producteurs

Rôle variable de l'Etat

- En France/Europe une gouvernance privée/publique
 - Organisation démocratique des opérateurs, validée par l'Etat, contrôlée par privés agréés
- Dans d'autres pays, une gouvernance étatique seule: Vietnam/Inde
- Dans d'autres pays enfin, une gouvernance entièrement privée: Etats-Unis

Gouvernance publique/privée
France/Europe
comparée gouvernance
publique Vietnam

Producteurs derrière l'IG en EU/France

- ❖ EU: seule une association de producteurs/transformateurs peut déposer une demande d'IG
- ❖ France: depuis 2006 (Ordonnance 2006-1547)
 - Obligation de créer une organisation de défense et de gestion de l'IG qui représente tous les opérateurs de manière équilibrée
 - En charge de rédiger le cahier des charges et de choisir l'organisme de contrôle
 - Tous les producteurs adhèrent à association et peuvent utiliser l'IG:
 - Dimension collective de l'IG

Vietnam: Etat statutairement « owner » des IG (loi sur la PI)

1. Droit d'enregistrer les IG appartient à l'Etat qui est le propriétaire exclusif
2. Ce droit d'enregistrer peut être donné aux
 - Producteurs: organisations et individus
 - Organisations collectives qui représentent lesdites organisations et individus
 - Ou les autorités administratives de la régionMais qui ne deviennent pas propriétaire de l'IG
3. Droit de gestion de l'IG
4. Droit d'usage de l'IG

Examen de fond par les autorités publiques

- Examen de fond par des experts techniques du produit concerné, sous l'autorité publique, du lien à l'origine
 - DG Agriculture de la Commission Européenne
 - Inao en France
 - NOIP au Vietnam
- Opposition organisées par autorité publique

Contrôles

Europe

- Désignation d'une autorité compétente
- contrôle du respect du cahier des charges par:
 - une autorité compétente ou
 - un ou plusieurs organisme de contrôle répondant normes EN 45011 ou au guide ISO/CEI 65

La gouvernance Privée des IG

Le cas des marques collectives
et de certification

comparaison Etats-Unis/Vietnam

Marque individuelle/Collective

- Marques collectives indique l'origine commerciale du produit comme les marques individuelles + indique l'appartenance à un groupe
- Pas de règlement technique ni certification
- Aux Etats-Unis, marques collectives et individuelles ne peuvent pas être un nom géographique seul
 - Marque Collectives doivent inclure logo: pas de protection du nom géographique
 - Exception au Vietnam où marques collectives peuvent comprendre nom géographique

Marques de certification

- Usage de la marque par tous ceux qui respectent les règles d'usage de marque
- Marque déposée par une entité impliquée ni dans fabrication ni dans commercialisation, mais capable de contrôler et certifier

Non examen des règles d'usage de la marque certification

- Examen par l'Office des marques de la disponibilité du signe (pas de marques antérieures)
- Et de la capacité du déposant à opérer les contrôles si marque certification
- Mais pas d'examen du contenu technique de l'IG: pas d'intervention de l'Etat dans la validité des règles d'usage: pas d'examen du lien à l'origine

5. La protection des indications géographiques contre les usurpations

Europe: protection contre toute

- a) utilisation commerciale directe ou indirecte pour des produits sont comparables ou si utilisation de la réputation
- b) usurpation, imitation ou évocation, même si l'origine véritable du produit est indiquée ou si l'IG est traduite ou accompagnée de «genre», «type», «méthode», «façon», «imitation»
- c) autre indication fausse ou fallacieuse quant à la provenance, l'origine, la nature ou les qualités du produit
- d) autre pratique susceptible d'induire le consommateur en erreur quant à la véritable origine du produit.
- e) enregistrement marque postérieure pour produit non conforme interdit

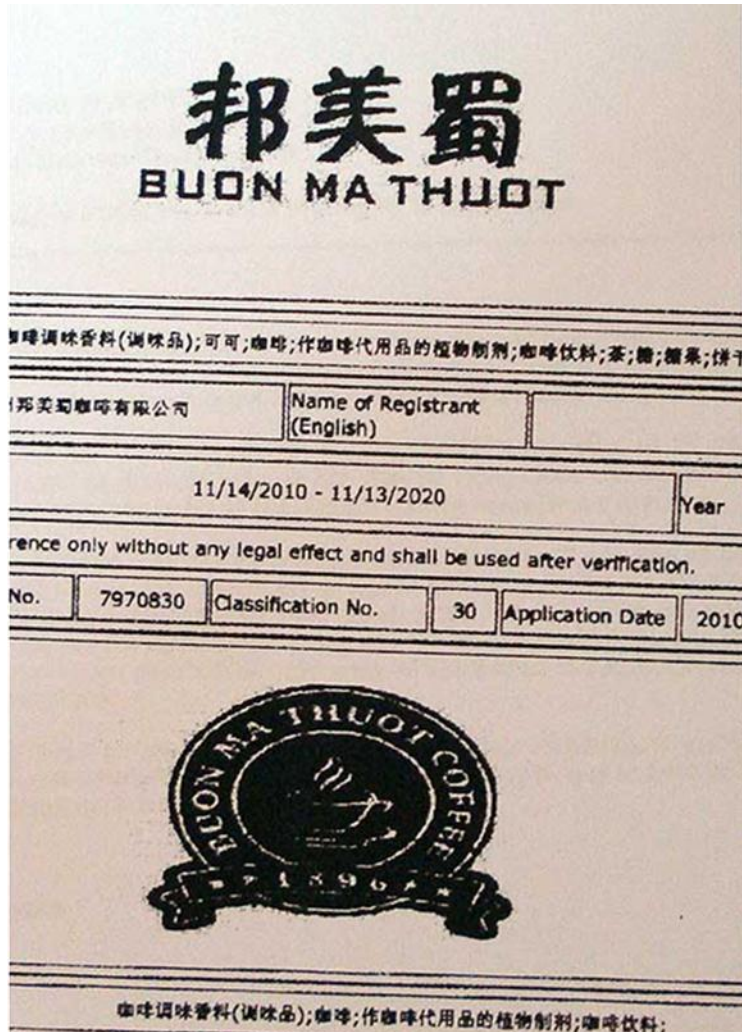
IDEM au VIETNAM

Exemple de l'usurpation de
l'indication géographique
café de Buôn Ma Thuôt

IG enregistrée au Vietnam

- Enregistrée par le Comité populaire de la province de Dac Lac en 2005, 806/QD-SHTT, 14/10/2005.
- Organe de gestion: Département des sciences et des technologies de Dac Lac
- Association des producteurs de Buôn Ma Thuôt

Marque déposée en Chine



- marque figurative complexe qui reprend le nom de l'IG enregistrée au Vietnam et un logo circulaire avec la date 1896
- enregistrée en Chine avec prise d'effet au 14 novembre 2010

Validité d'une telle marque?

- IG enregistrée au Vietnam avant 2010
- IG sont des droits territoriaux, uniquement valables dans pays où protection demandée, protection selon loi du pays d'exportation:
- Chine est membre de l'OMC donc doit au moins refuser la marque postérieure s'il y a un risque de confusion sur l'origine des produits.
- si l'IG est connue des consommateurs dans le pays d'exportation, elle peut être protégée même si elle n'est pas enregistrée

Validité d'une telle marque?

- Est-ce que pour l'esprit du public chinois, le nom géographique Buon Ma Thuot est un lieu réputé en lien avec le café?
 - D'après les extraits de presse vietnamienne au sujet de ce cas, il semble que oui
- Ensuite il faut distinguer en fonction de l'origine du produit vendu sous la marque chinoise: vient-il ou pas du Vietnam et respecte t il l'IG Buon Ma Thuot ?
-

1^{er} cas : marque apposée sur du café qui n'a pas le droit à l'IG Buon Ma Thuot

- marque est frauduleuse car elle est déceptive
 - même en absence de reconnaissance d'une IG en Chine, si les consommateurs identifient Buon Ma Thuot comme étant un lieu de production de café, et sont donc trompés car café ne vient pas de Buon Ma Thuot
- marque pourrait être annulée du fait de la mauvaise foi du déposant marque
 - ne pouvait ignorer l'existence d'un lien entre le café et le lieu, lien protégé au Vietnam par une IG enregistrée
- Nota: protection des IG en Europe et au Vietnam plus forte: pas besoin de montrer que consommateurs savent que Buon Ma Thuot est un lieu d'origine de café au Vietnam

2ème cas : marque apposée sur du café qui a le droit à l'IG Buon Ma Thuot

- marque complexe qui inclut le nom géographique + un signe distinctif arbitraire valable : seule la marque complexe est protégée
 - les termes descriptifs de l'origine géographique Buon Ma Thuot disponibles pour autres producteurs
- Vérifier qui peut déposer une marque complexe comprenant une IG
 - France, uniquement les producteurs et transformateurs du produit IG
 - Europe: producteurs, transformateurs et commerçants
 - Chine: ?

Conclusion

- Les IG sont des outils efficaces pour protéger les produits anciens, traditionnels, réputés grâce à leur origine géographique
- Importance d'un cahier des charges pour garantir le lien à l'origine: droit de propriété intellectuelle teinté de droit public
- Droit d'usage collectif : en France bottom-up mais ailleurs Top-down: exemple de l'Inde où plus de 200 IG enregistrées pour lutter contre usurpations mais peu de producteurs et exemple du Vietnam
- Processus d'apprentissage: long ...mais plein de promesses

Camon
Merci